



Herbs  
\$200  
2/Bunch

We have  
\* frozen \*

## STUDIE ZUM REGIONALLADEN HEBERTSHAUSEN

Was sagen Erzeuger\*innen und Bürger\*innen?

Projekt Team: Gemeinde Hebertshausen, Breitenstein  
Consulting & Ludwig-Maximilians Universität München





- 01 EINFÜHRUNG IN DAS PROJEKT
- 02 ERGEBNISSE ERZEUGER\*INNEN
- 03 ERGEBNISSE BÜRGER\*INNEN

# 01 | EIN KOOPERATIONSPROJEKT MIR DER LMU MÜNCHEN



## SEIT 2005:

Lehrauftrag an der Ludwig-Maximilians-Universität (LMU) München, Kooperationsprojekt zur Vernetzung von Unternehmen/Organisationen mit studentischen Projektgruppen



## UNSERE ROLLE:

Lehre im Themenbereich Change Management / Unternehmensführung/ Personal- & Organisationsentwicklung



## UNSER ZIEL:

Verbindung von unternehmerischer Praxis und wissenschaftlicher Theorie für eine gegenseitige Bereicherung im heutigen globalen und vernetzten Kontext



# 01 | AUSGANGSSITUATION

- Die Gemeinde möchte die Nahversorgung und die regionalen Erzeuger stärken, auch im Sinne des Klimaschutzes und Tierwohls.
- Daher soll in Hebertshausen ein Regionalladen entstehen
- In der Verfügbarkeit und zeitlichen Erreichbarkeit soll es den Bedürfnissen der Bürger heute gerecht werden. Dies könnte teilweise auch mit neuen Konzepten erfolgen, wie z.B. der unterstützende Verkauf von Automaten, etc.
- Bevor weitere Planungen sinnvoll sind, gilt es eine Analyse zu starten ob:
  - ✓ (a) die Bürger in der Gemeinde ein solches Angebot für wünschenswert betrachten und
  - ✓ (b) die Erzeuger einen Mehrwert in einem solchen Verkaufskonzept erkennen und mitwirken wollen sowie
  - ✓ (c) es spezifische Gegebenheiten/Charakteristika des Verkaufsorts gibt die Punkt (a) und (b) fördern können



# 01 | PROJEKTVERLAUF



Projektstart

Anzeige im Steinbock



Befragung

NOV 20

DEZ 20

14. JAN – 23. FEB 21

MÄR 21

Durchführung Interviews mit Bürgern & Erzeugern/Entwickler Befragung



Team der Studierenden



Auswertung

# 01 ERFOLGSFAKTOREN REGIONALLADEN

Die Fragen der Interviews und der Befragung wurden entlang der Erfolgsfaktoren eines Regionalladens entwickelt.







# 2 | ERGEBNISSE ERZEUGER\*INNEN

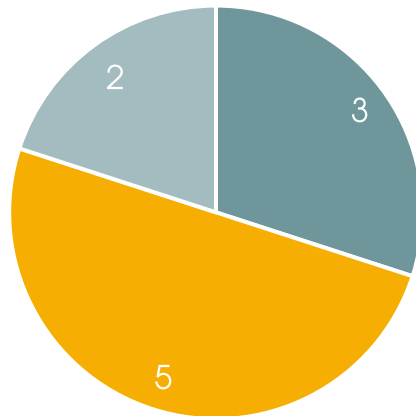


## 02 | ERGEBNISSE ERZEUGER\*INNEN | STICHPROBE



Zeitraum: Dez/Jan 21    Teilnehmer: 10

Erzeuger\*innen aus:



■ Im Ortsteil   ■ Gemeinde   ■ Außerhalb



## 02 | ERGEBNISSE ERZEUGER\*INNEN | BELIEFERUNG



Würde Sie als Erzeuger einen Regionalladen beliefern?

Ja, sehr gerne. Aber bitte keine Kopie der bisherigen Läden.

10

x

JA

Ja, sehr gerne. Ich habe keine Angst vor Konkurrenz.

## 02 | ERGEBNISSE ERZEUGER\*INNEN | STANDORT

### Standort A: Ortsmitte



Mehr Laufkundschaft

Nähe zum Kindergarten und Schule

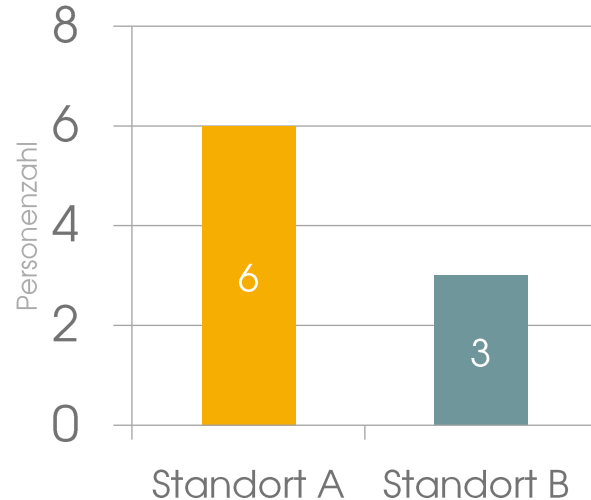
Auf dem Weg zum Bahnhof

### Standort B: Krautgärten



Bessere Erreichbarkeit

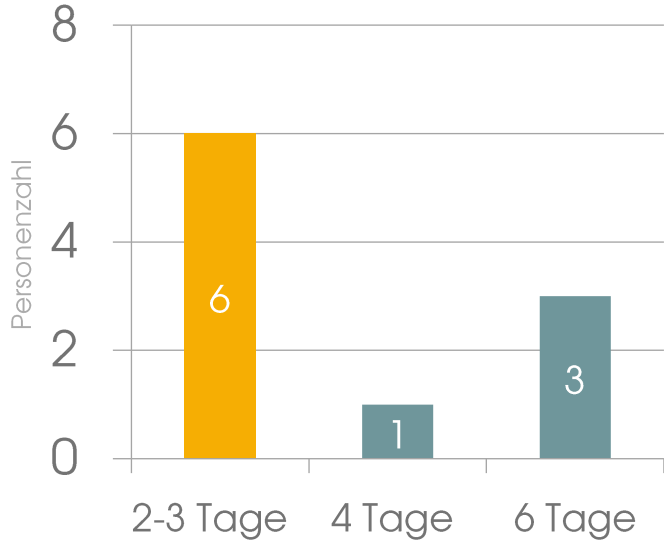
Bessere Parkmöglichkeiten



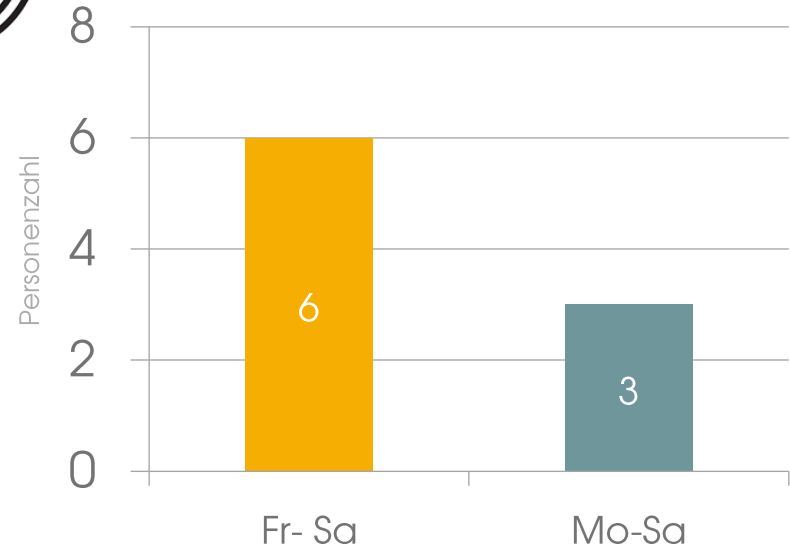
# 02 | ERGEBNISSE ERZEUGER\*INNEN | ÖFFNUNGSZEITEN



Geöffnete Tage pro Woche:



Bevorzugte Wochentage:





## 02 | ERGEBNISSE ERZEUGER\*INNEN | ZUSATZLEISTUNG



### CAFÉ

Fokus sollte auf dem Einkaufen liegen

Schlechtes Verhältnis zwischen Aufwand und Nutzen

Nicht gewinnbringend



Schöner Zusatz

Fokus soll unbedingt auf Produkten liegen



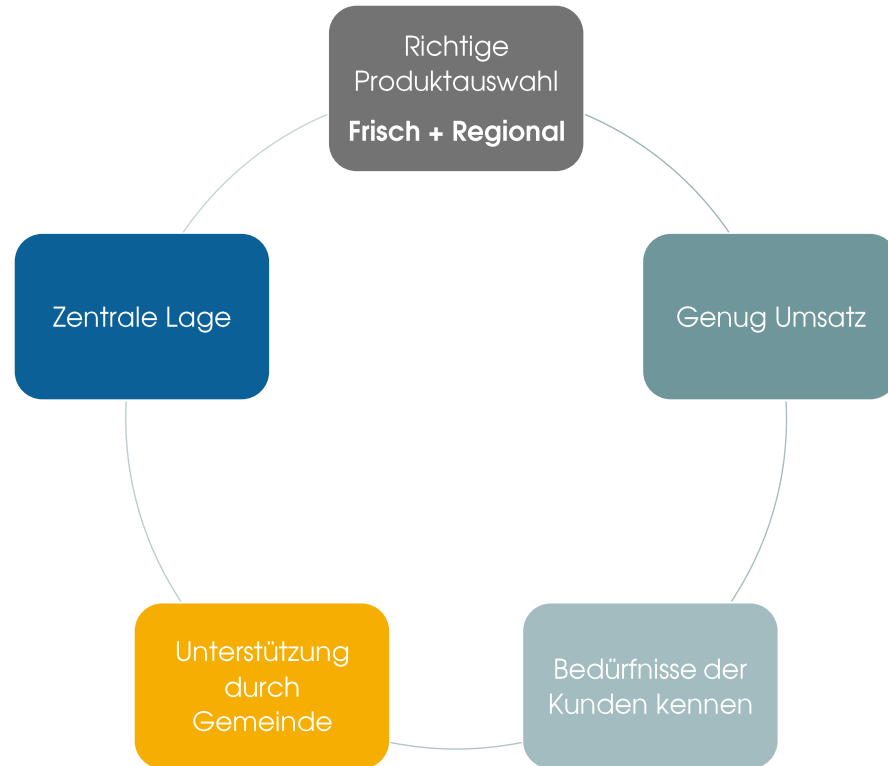
### Automaten



- 7 von 10 sind für einen Automaten
- Insgesamt positives Bild
- v.a. als Ergänzung außerhalb der Geschäftszeiten erwünscht

- Viel Verpackungen notwendig
- Nicht für alle Produkte geeignet
- Frage des passenden Produktangebots für Automaten

## 02 | ERGEBNISSE ERZEUGER\*INNEN | **ERFOLGSFAKTOREN**





# 3 | ERGEBNISSE BÜRGER\*INNEN



# 03 | ERGEBNISSE BÜRGER\*INNEN | STICHPROBE

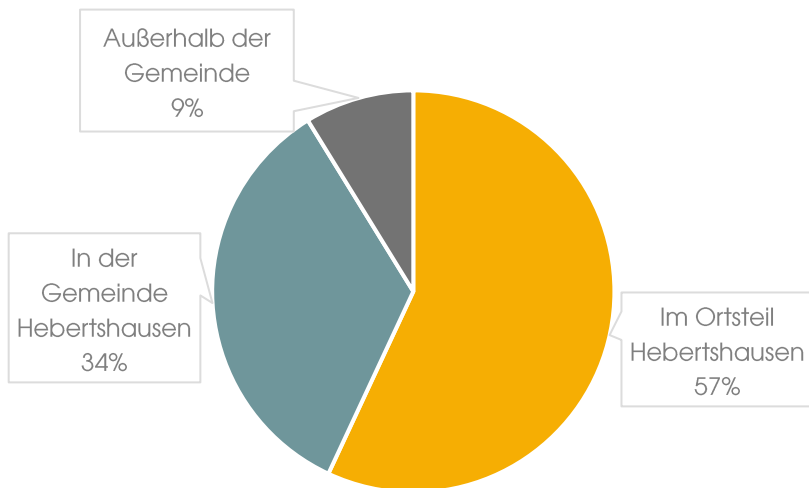


Zeitraum: 14.01 – 23.02.2021

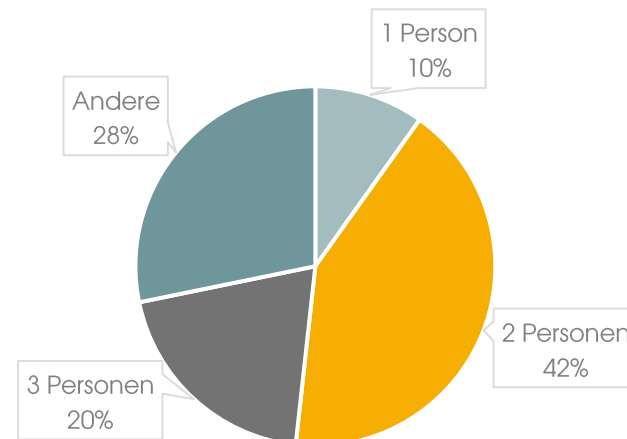
Teilnehmer: 1.294

Alter: Ø 52,25

## Wohnort



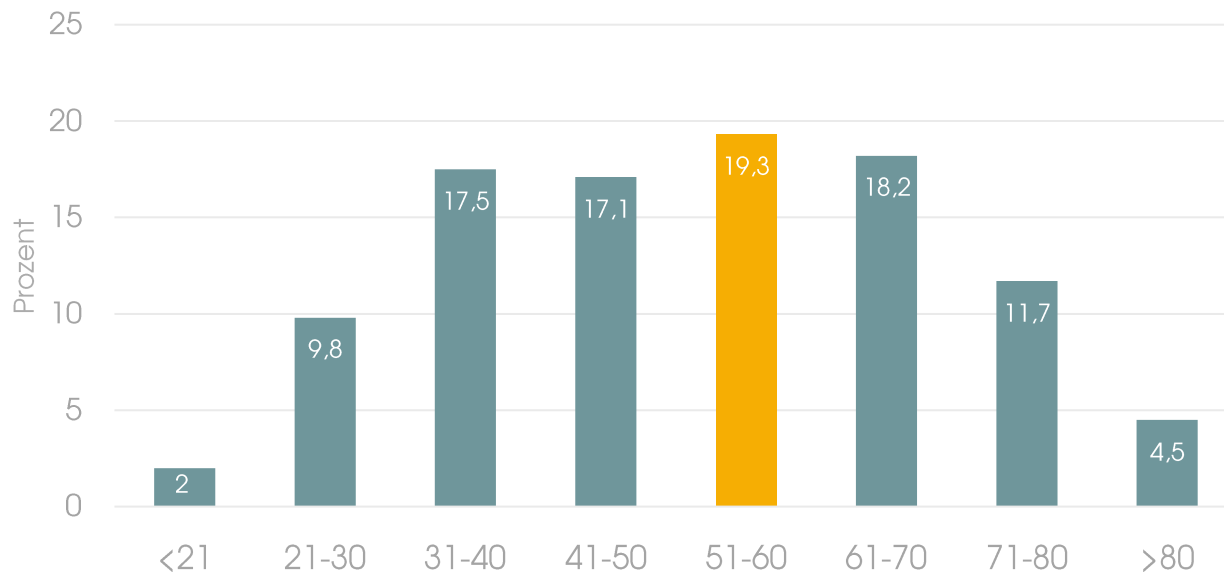
## Haushalt



# 03 | ERGEBNISSE BÜRGER\*INNEN | STICHPROBE

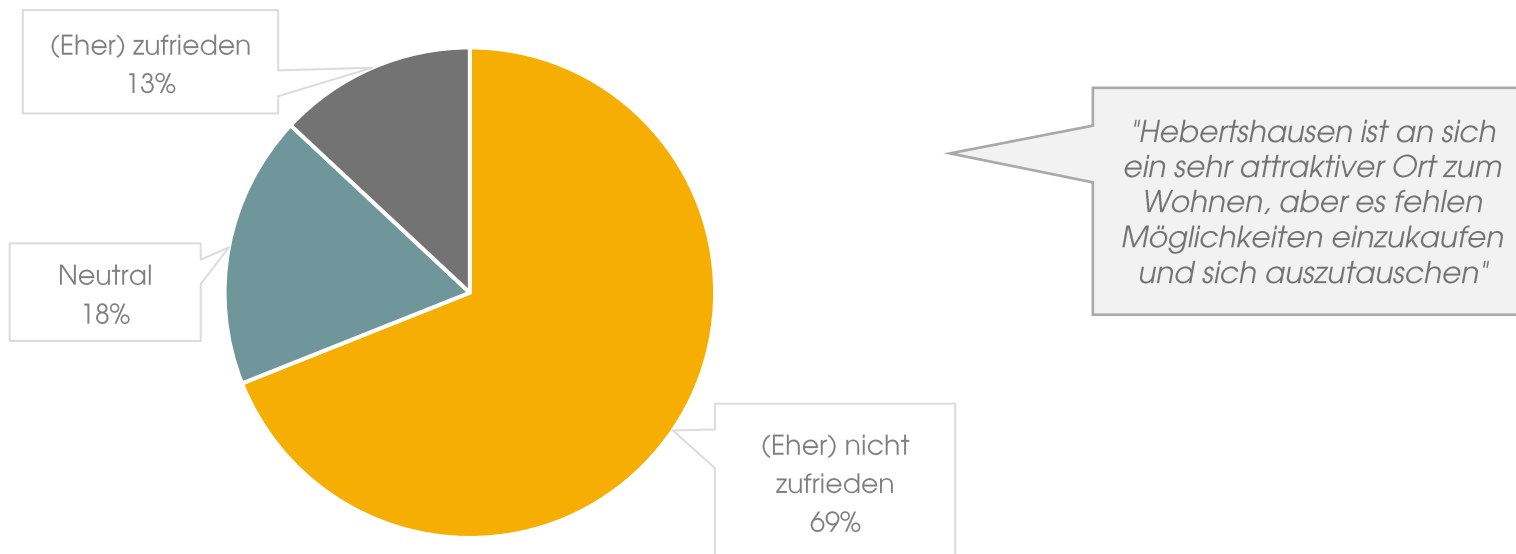


## Altersverteilung

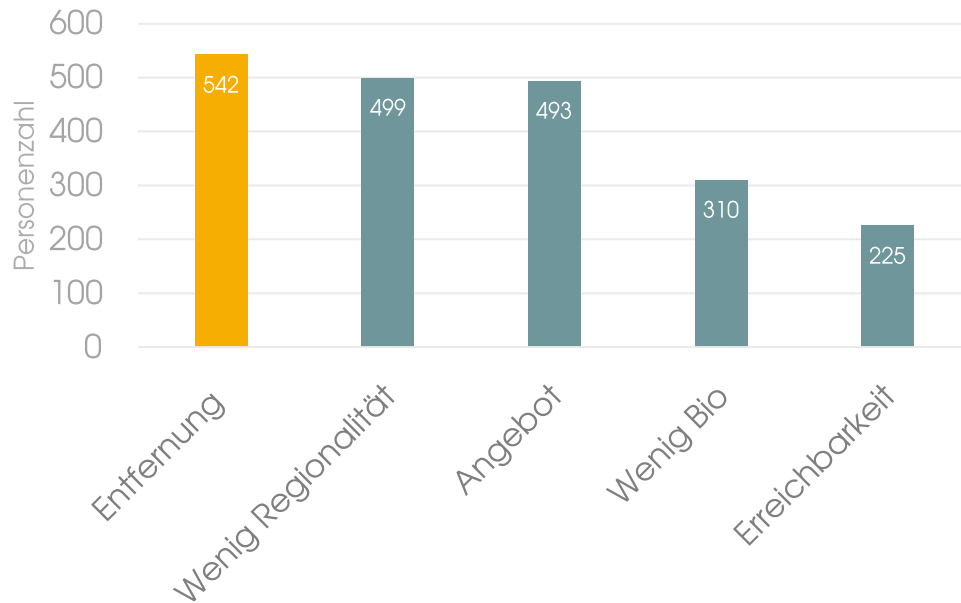




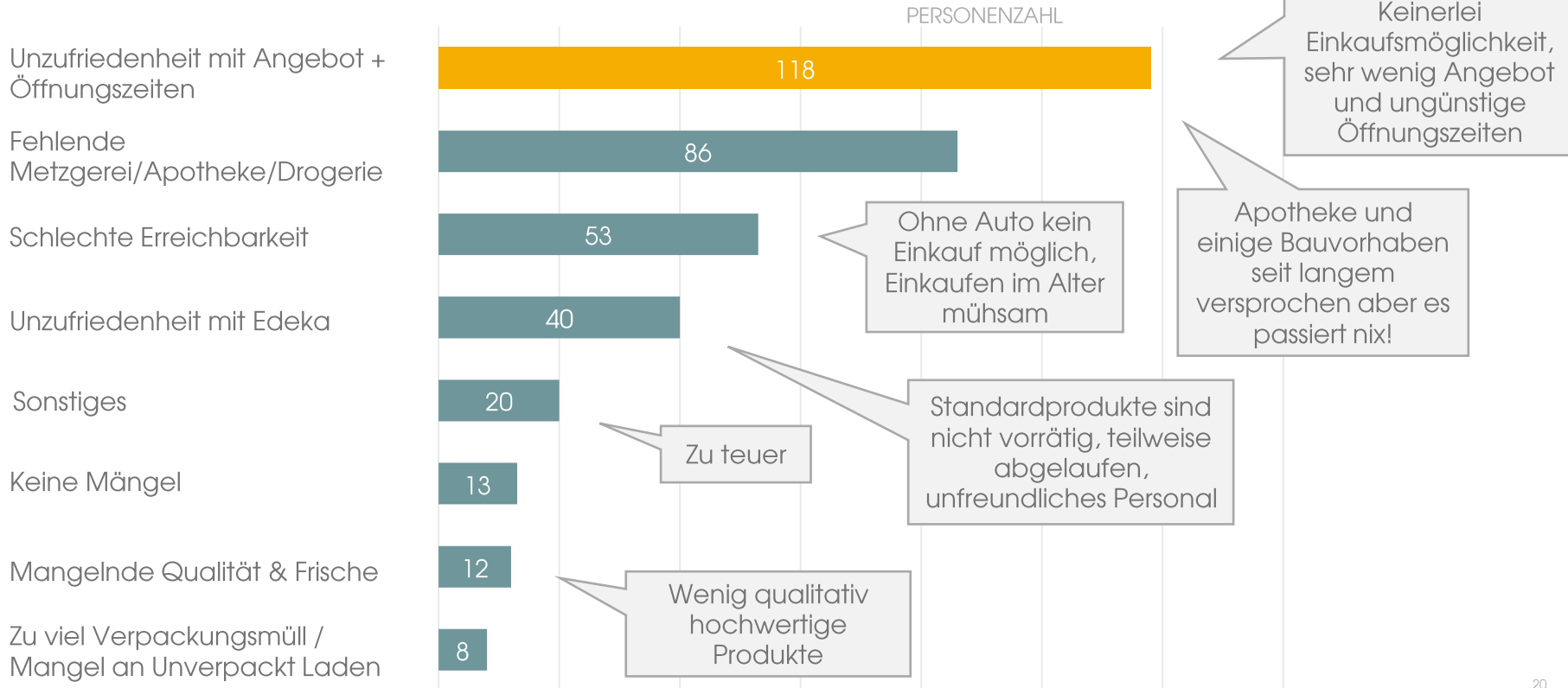
## Zufriedenheit mit der Einkaufssituation in Hebertshausen



## Mängel an der Einkaufssituation



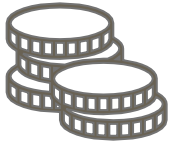
# MÄNGEL DER DERZEITIGEN EINKAUFSITUATION IN HEBERTSHAUSEN



## 03 | ERGEBNISSE BÜRGER\*INNEN | NACHFRAGE



+ 10-30%



Die Mehrheit der Befragten ist bereit, zwischen 10 - 30% mehr für **regionale Produkte** zu zahlen

Die Mehrheit der Befragten konsumiert zwischen 20 – 40% **regionale Produkte** im Alltag

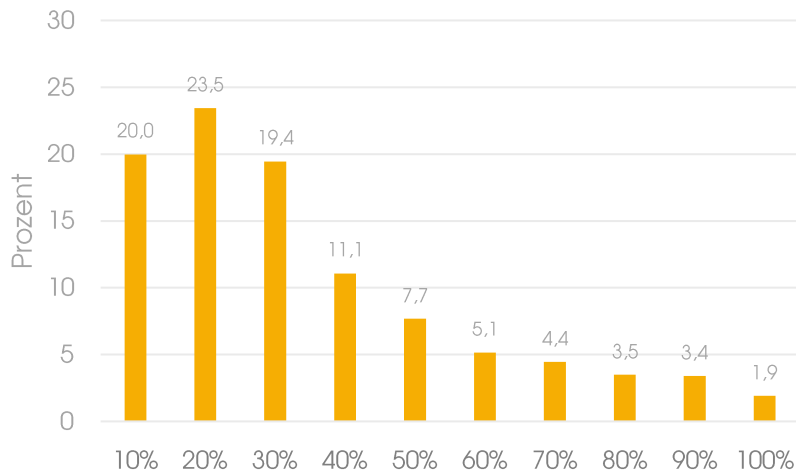


20-40 %

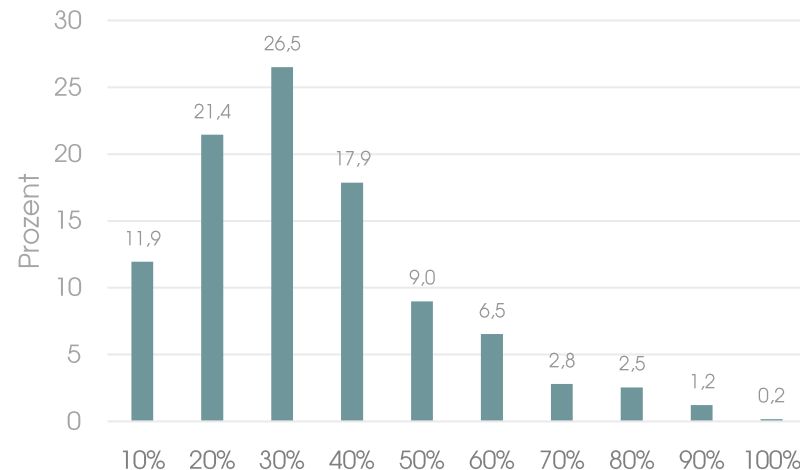
# 03 | ERGEBNISSE BÜRGER\*INNEN | EINKAUFsverhalten



Von allen Produkten, die ich kaufe,  
sind \_\_\_\_ % Bio.



Von allen Produkten, die ich kaufe,  
sind \_\_\_\_ % regional.

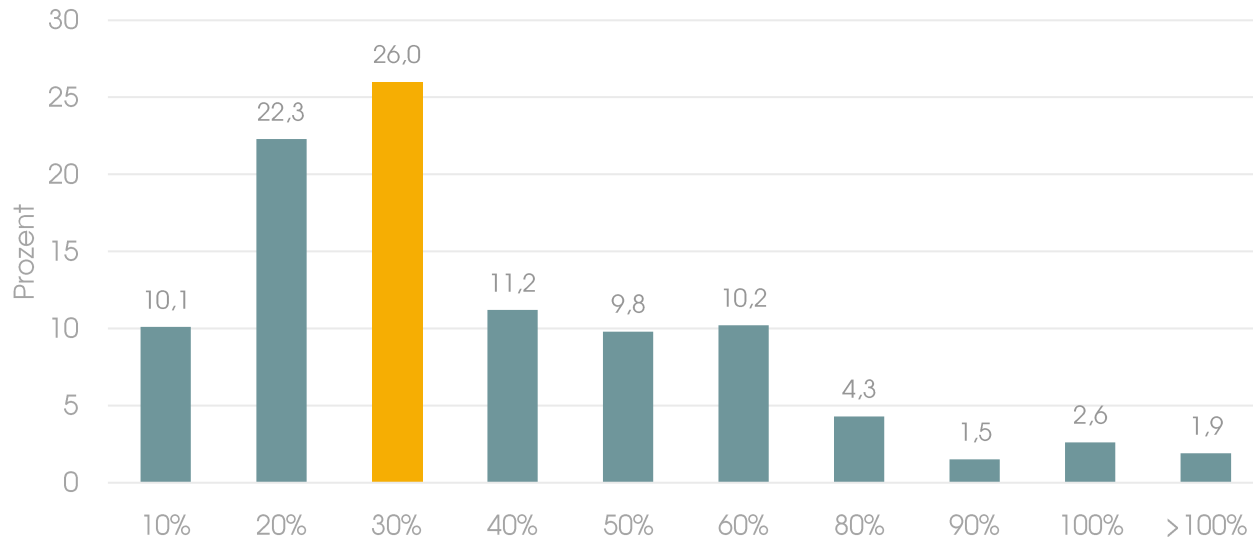




# 03 | ERGEBNISSE BÜRGER\*INNEN | BEDEUTUNG REGIONALITÄT

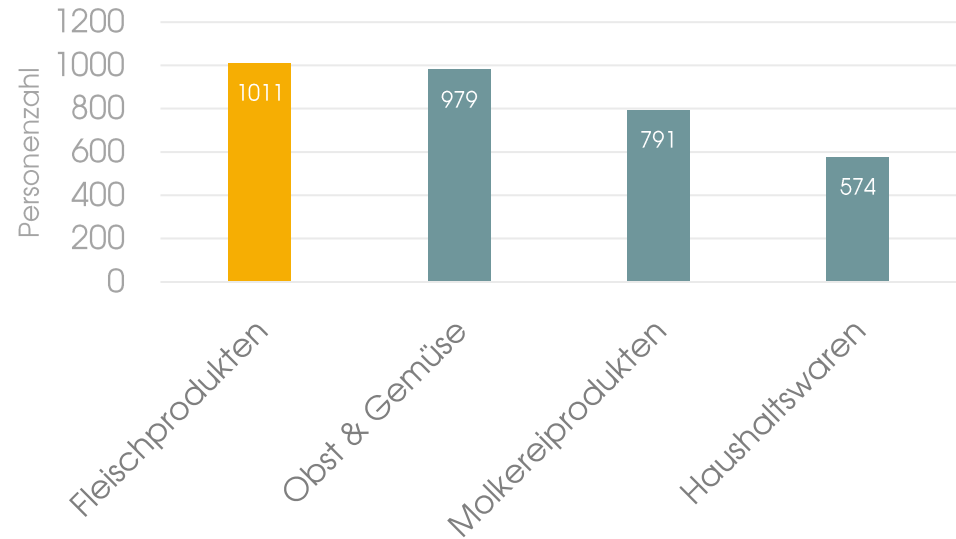


Wie viel Prozent sind Sie bereit, mehr für regionale Produkte auszugeben?





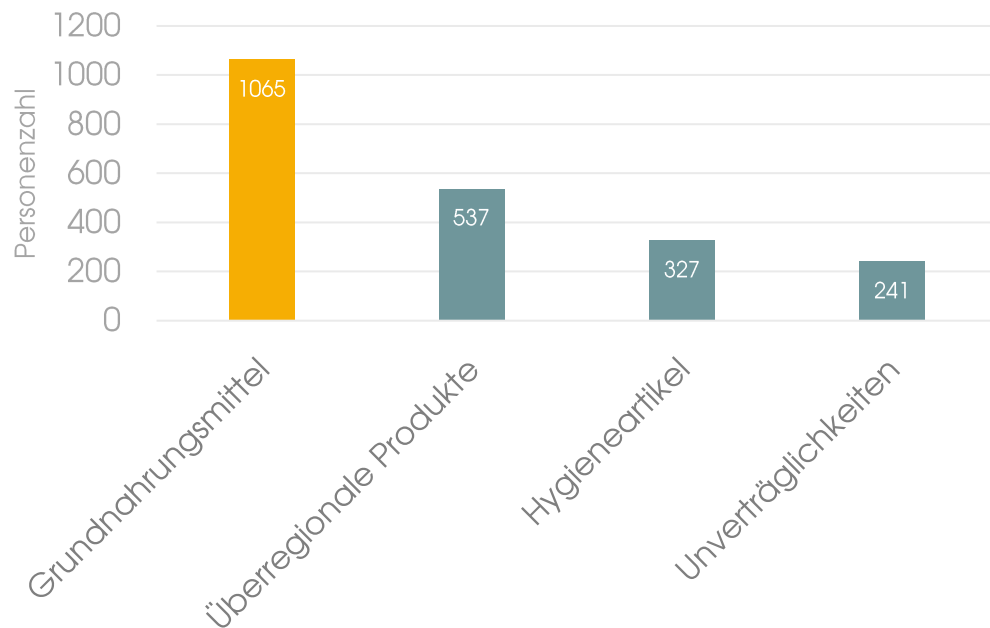
Regionalität ist besonders wichtig bei...



# 03 | ERGEBNISSE BÜRGER\*INNEN | PRODUKTANGEBOT



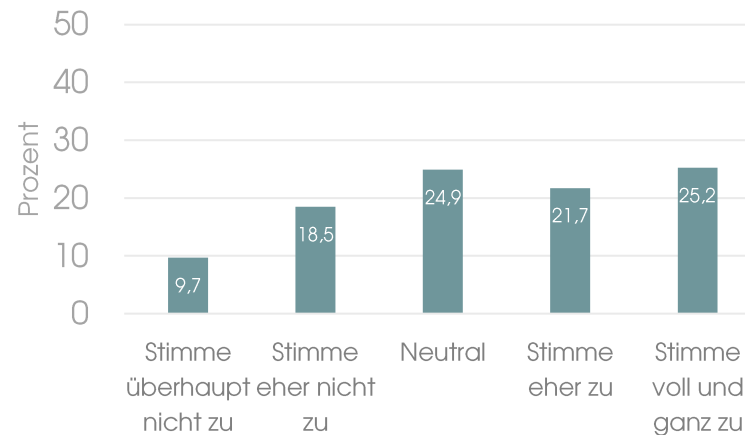
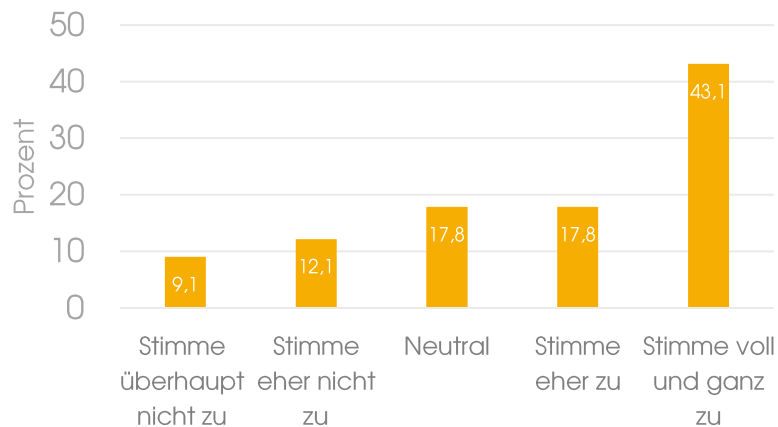
## Gewünschtes Produktangebot für den Regionalladen



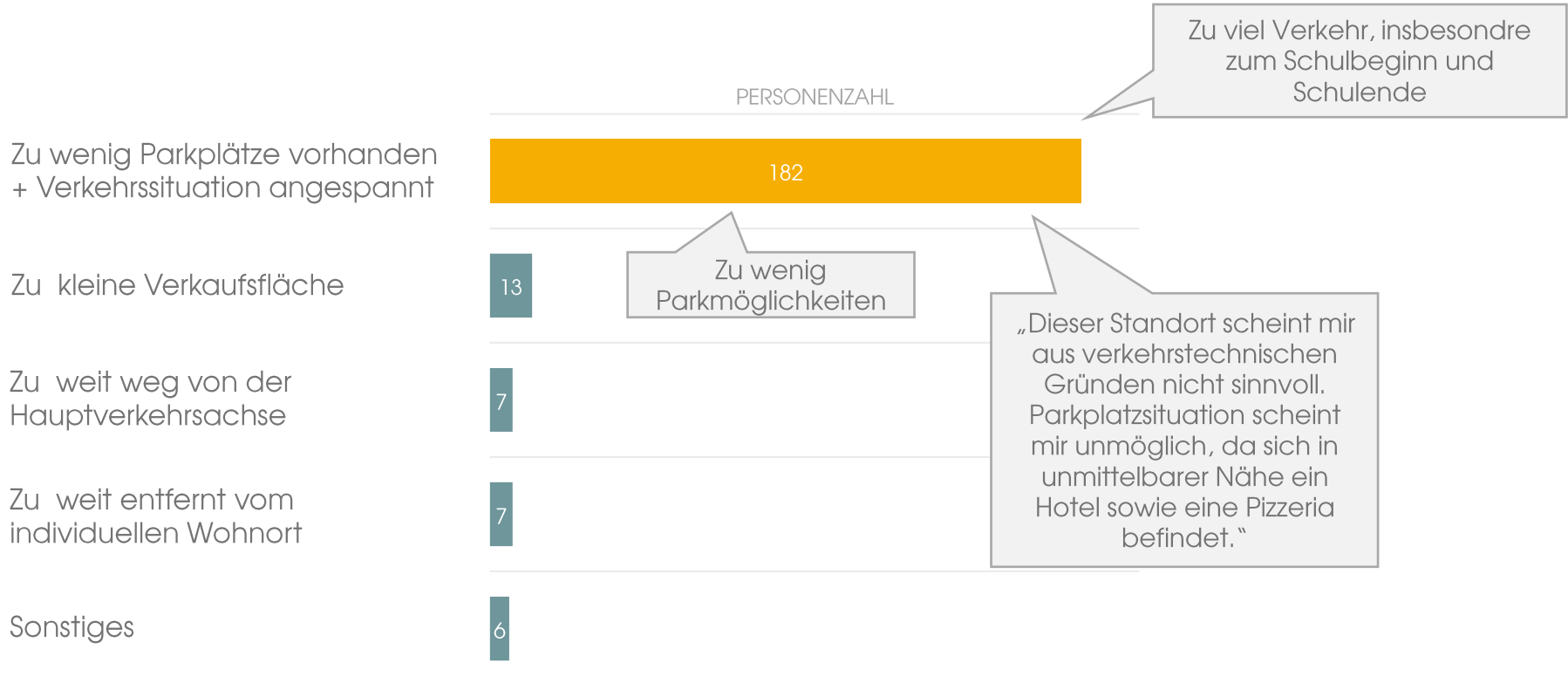
„Ich will dann auch keine Kartoffeln aus Norddeutschland, sondern aus Röhrmoos oder Ampermoching“

## 03 | ERGEBNISSE BÜRGER\*INNEN | STANDORT

Einen Regionalladen an Standort A (Ortmitte) / an Standort B (Krautgärten) finde ich sinnvoll.

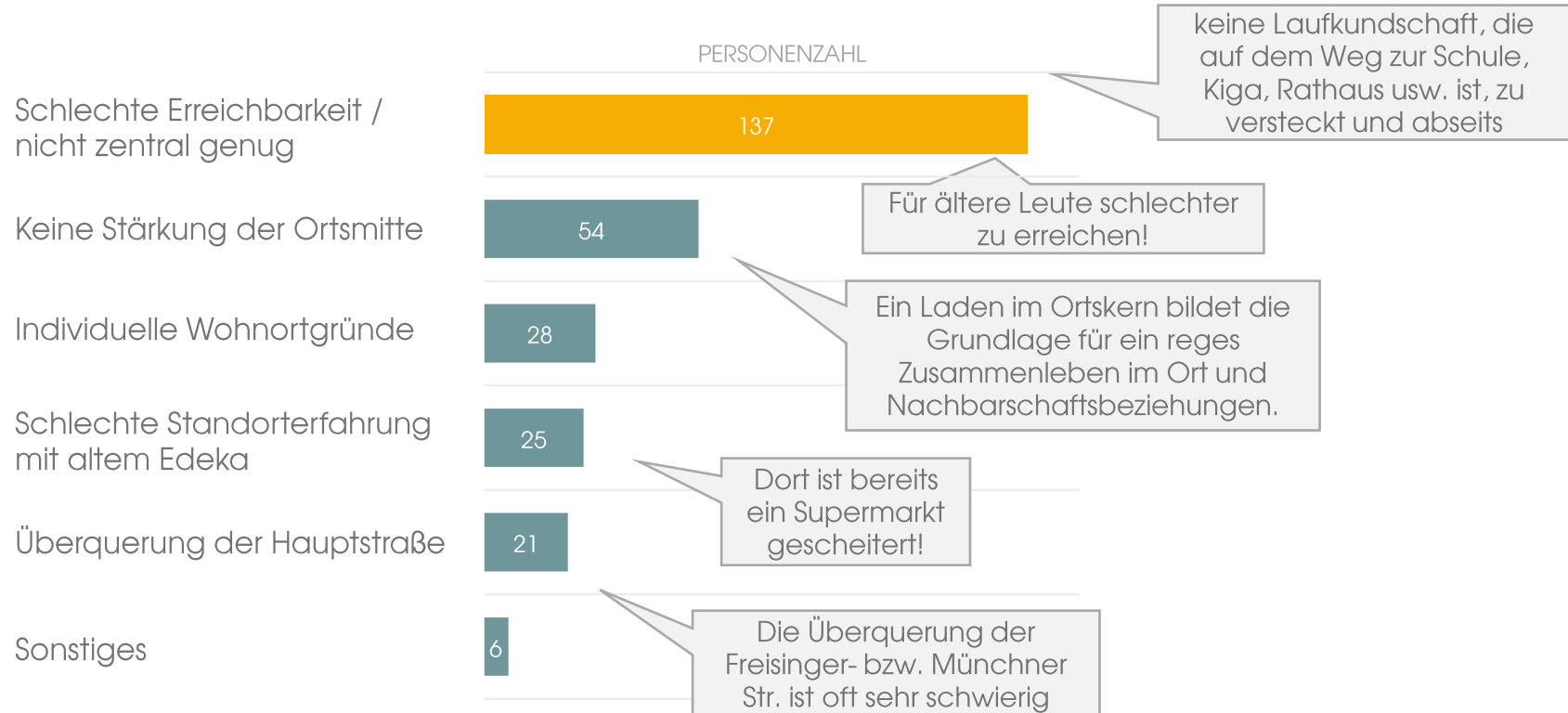


# WARUM FINDEN SIE STANDORT A NICHT SINNVOLL?

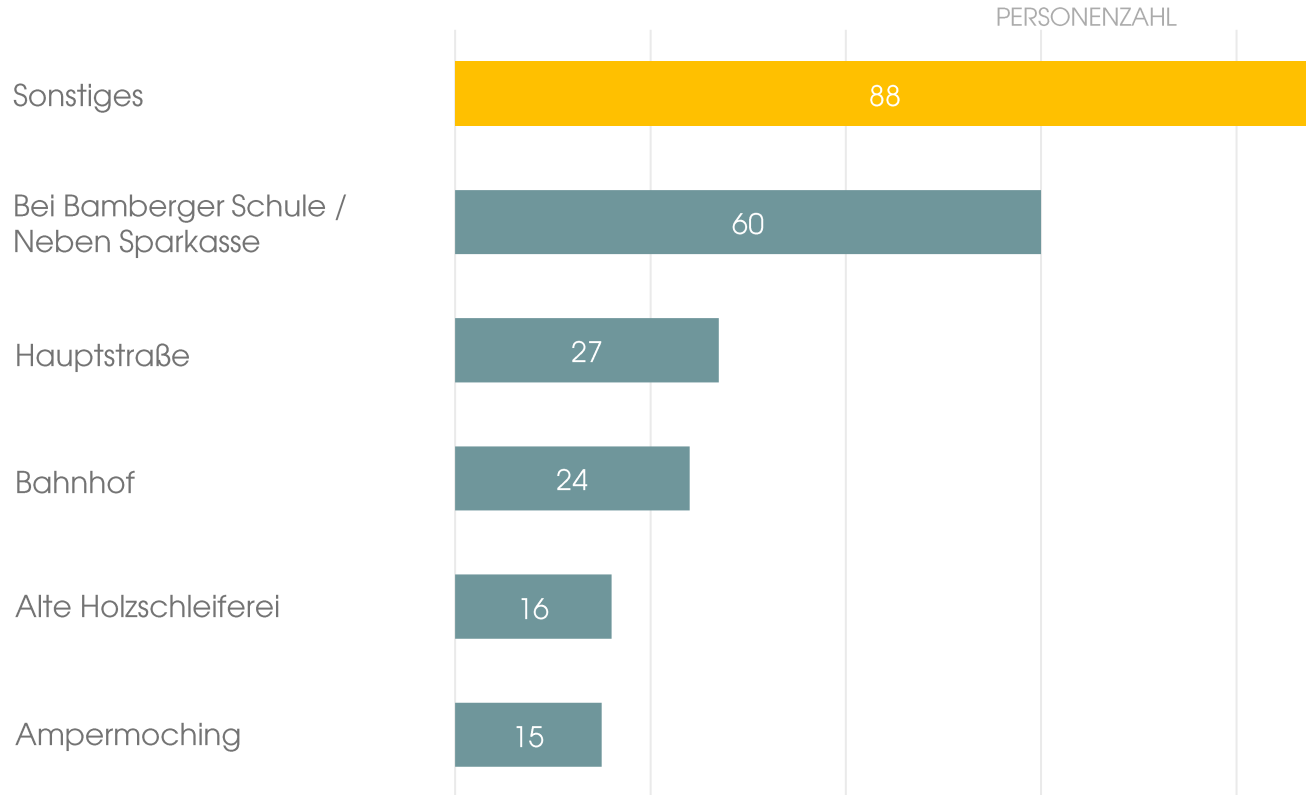




# WARUM FINDEN SIE STANDORT B NICHT SINNVOLL?



# HABEN SIE NOCH IDEEN FÜR EINEN ANDEREN STANDORT?



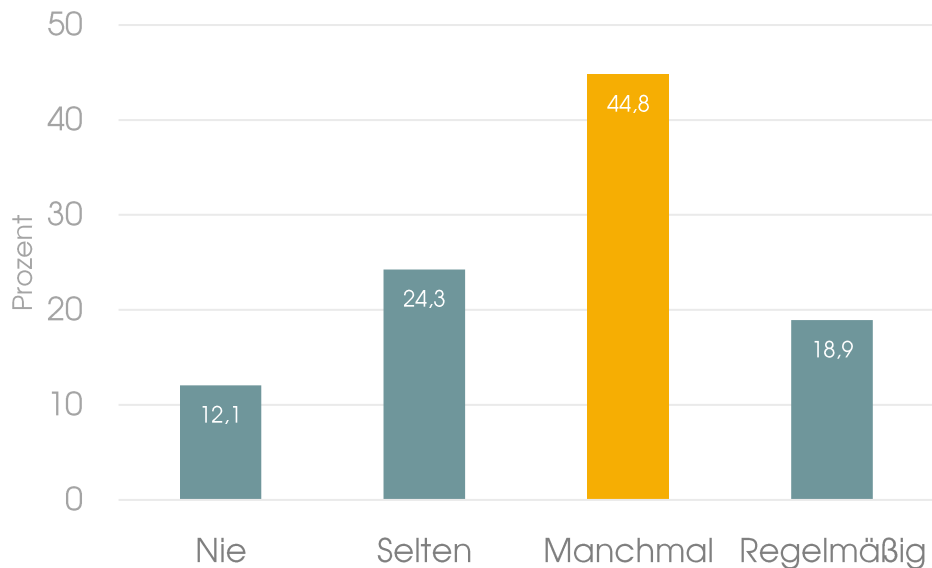
z.B. Schustergelände,  
ehemalige Apotheke,  
gegenüber Sportplatz

# 03 | ERGEBNISSE BÜRGER\*INNEN | VERKAUFSAUTOMAT



Abb.20

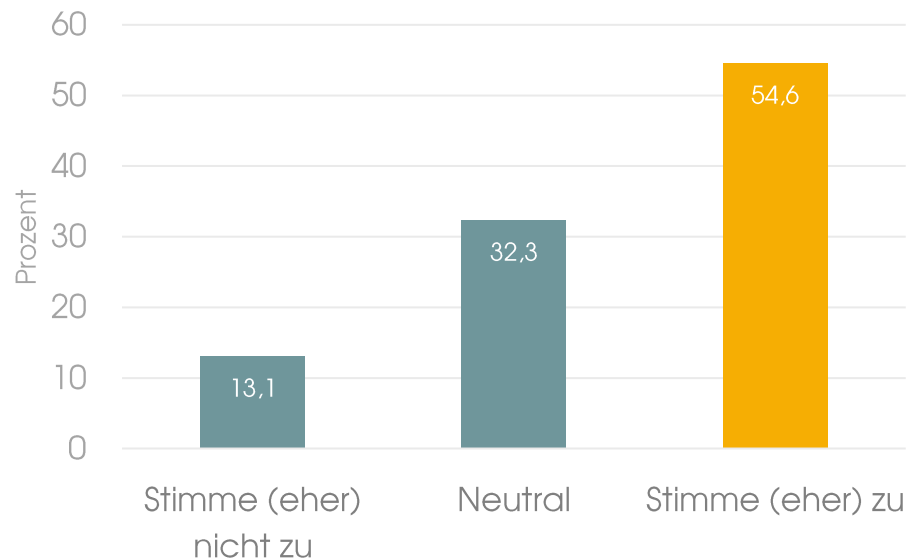
Einen Verkaufsautomaten zusätzlich zu den normalen Öffnungszeiten würde ich nutzen.



# 03 | ERGEBNISSE BÜRGER\*INNEN | LADENPERSONAL

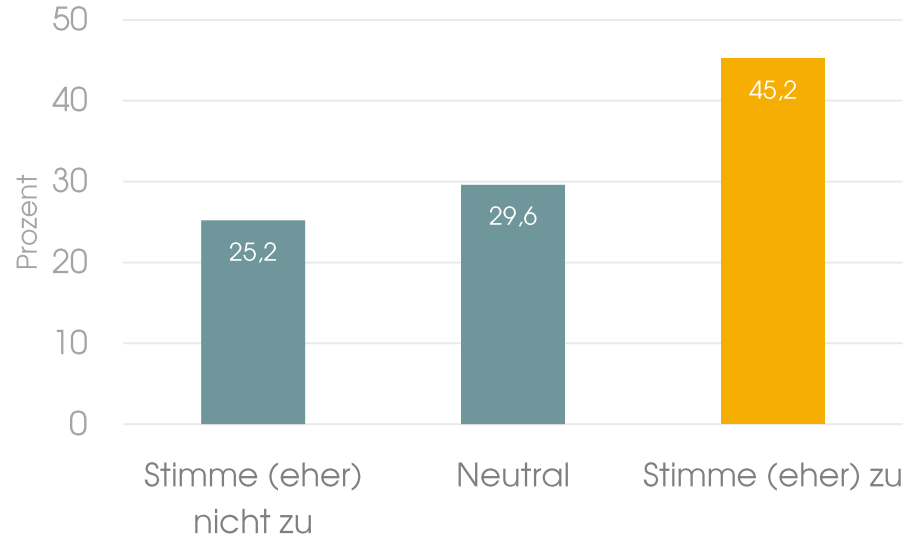


Kontakt mit dem Ladenpersonal ist mir wichtig.



## 03 | ERGEBNISSE BÜRGER\*INNEN | TREFFPUNKT

Ich sehne mich nach einem Ort in Hebertshausen, an dem ich mich mit anderen treffen und austauschen kann.

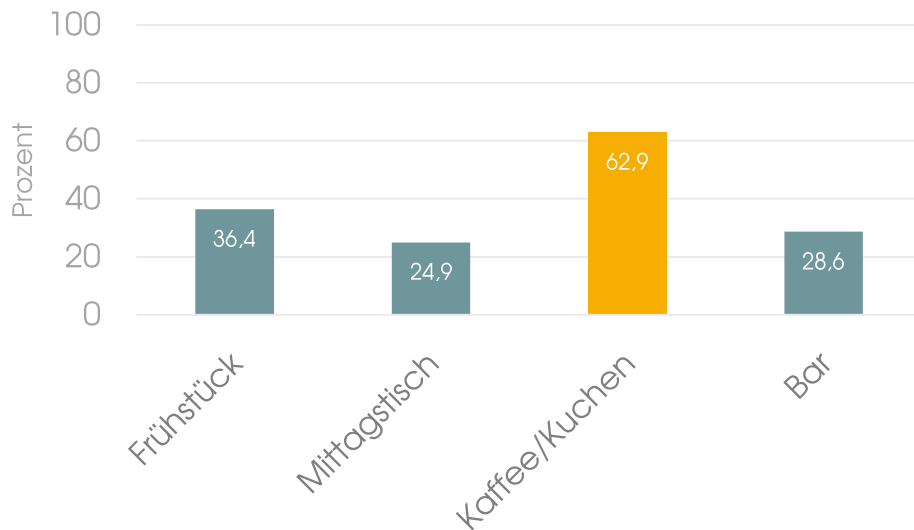




## 03 | ERGEBNISSE BÜRGER\*INNEN | **GASTRONOMIEANGEBOT**



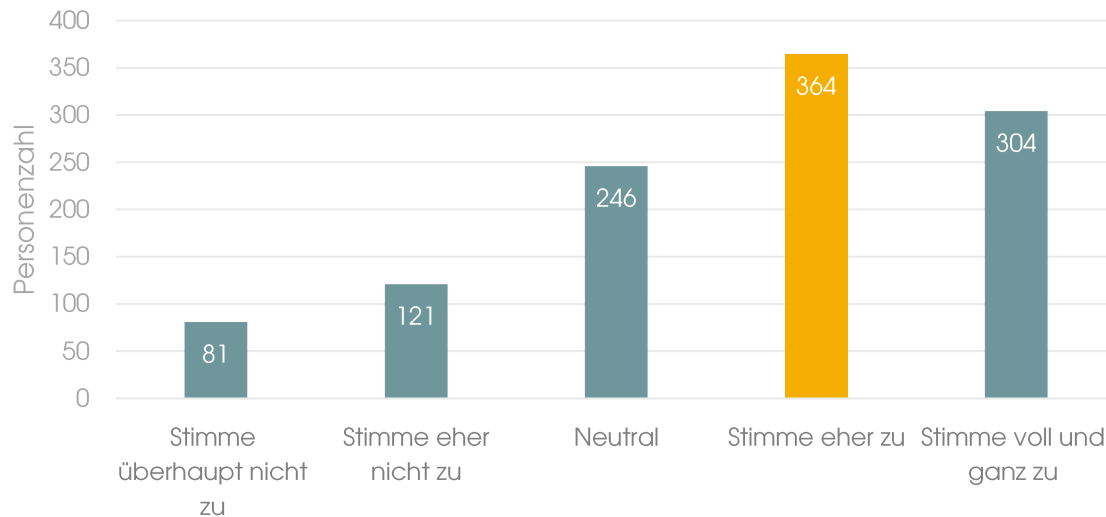
Bitte geben Sie an, welche Art des Gastronomieangebots Sie vor allem nutzen würden.



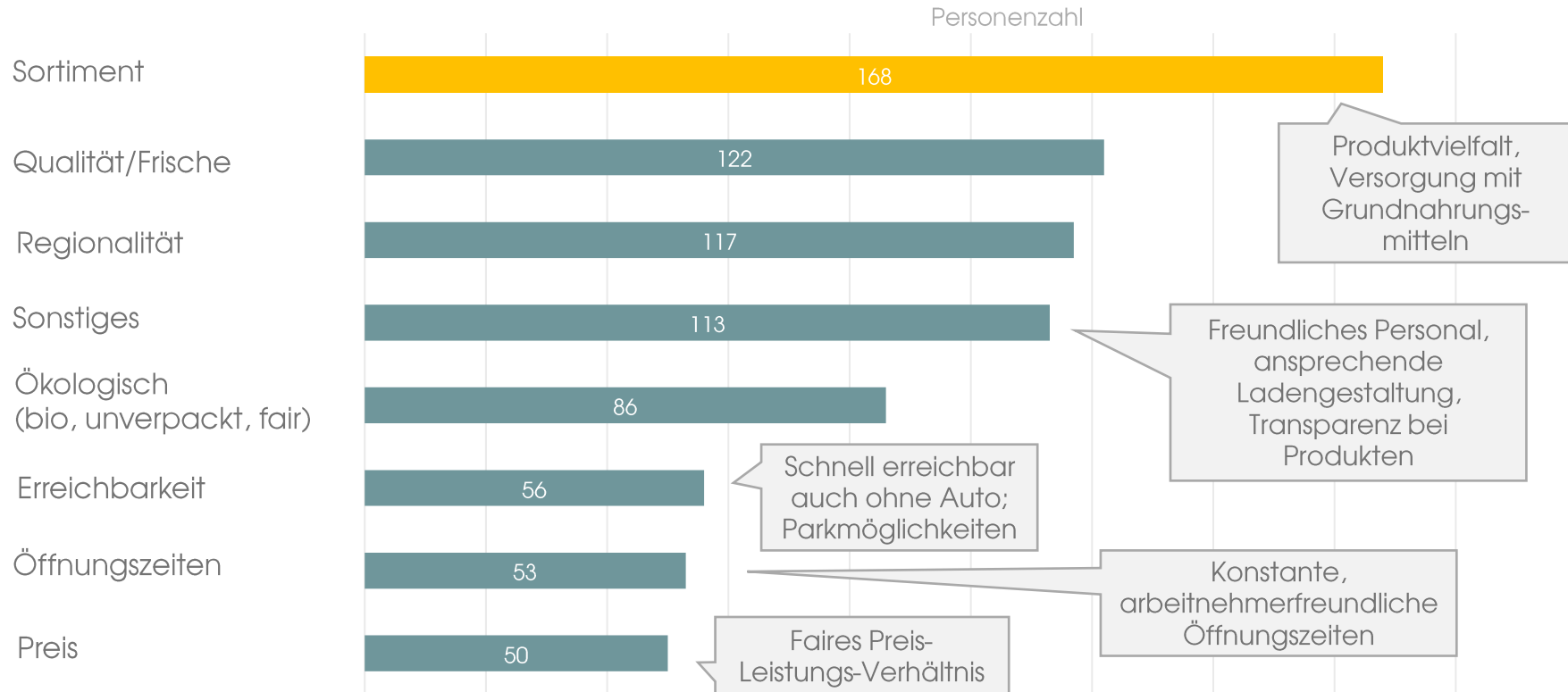
# 03 | ERGEBNISSE BÜRGER\*INNEN | WEITERE ANGEBOTE



Unterschiedliche Angebote, wie Themenabende oder Treffen für unterschiedliche Zielgruppen (z.B. Familien, Senioren) würde ich in Anspruch nehmen



# WAS IST IHNEN AN EINEM REGIONALLADEN BESONDERS WICHTIG?



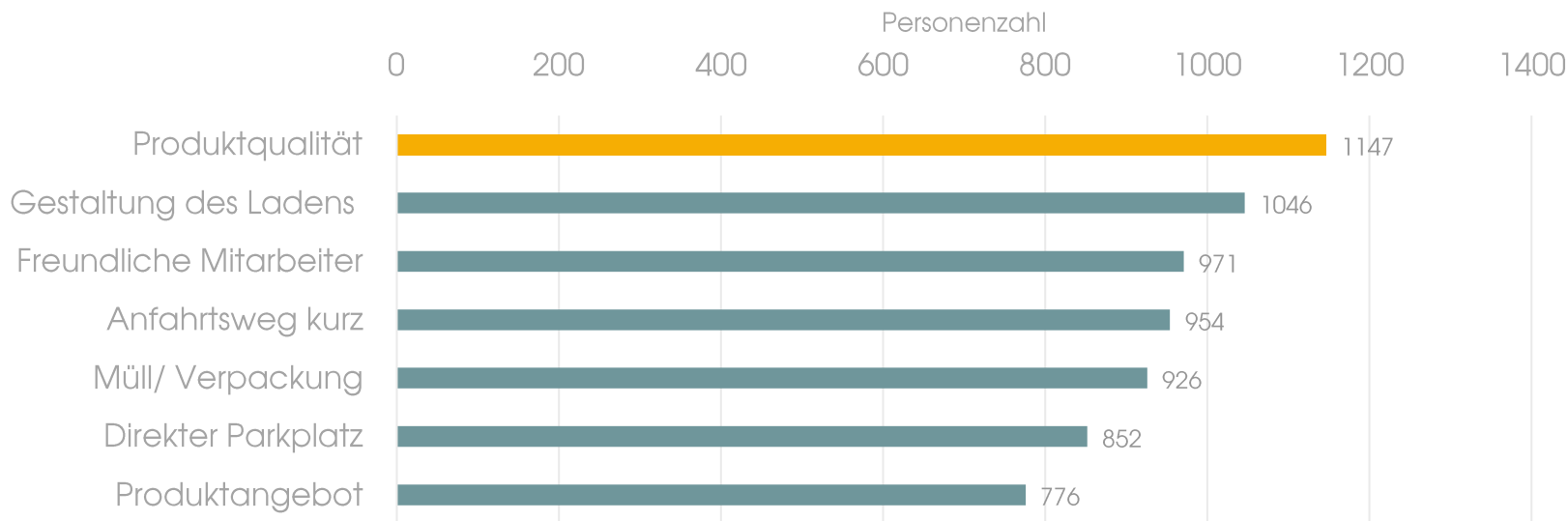


# APPENDIX

# 00 | APPENDIX | EINKAUFsverhalten BÜRGER\*INNEN



Welche Aspekte sind Ihnen beim Einkaufen besonders wichtig?

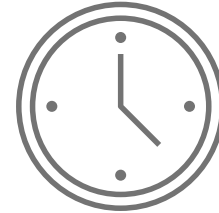
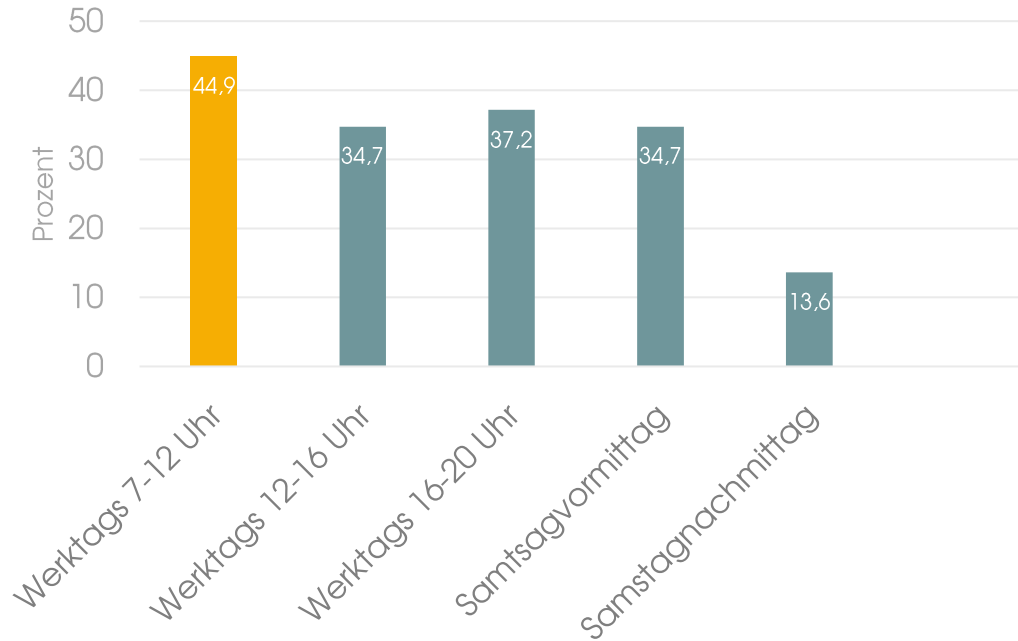




# 00 | APPENDIX | EINKAUFsverhalten BÜRGER\*INNEN



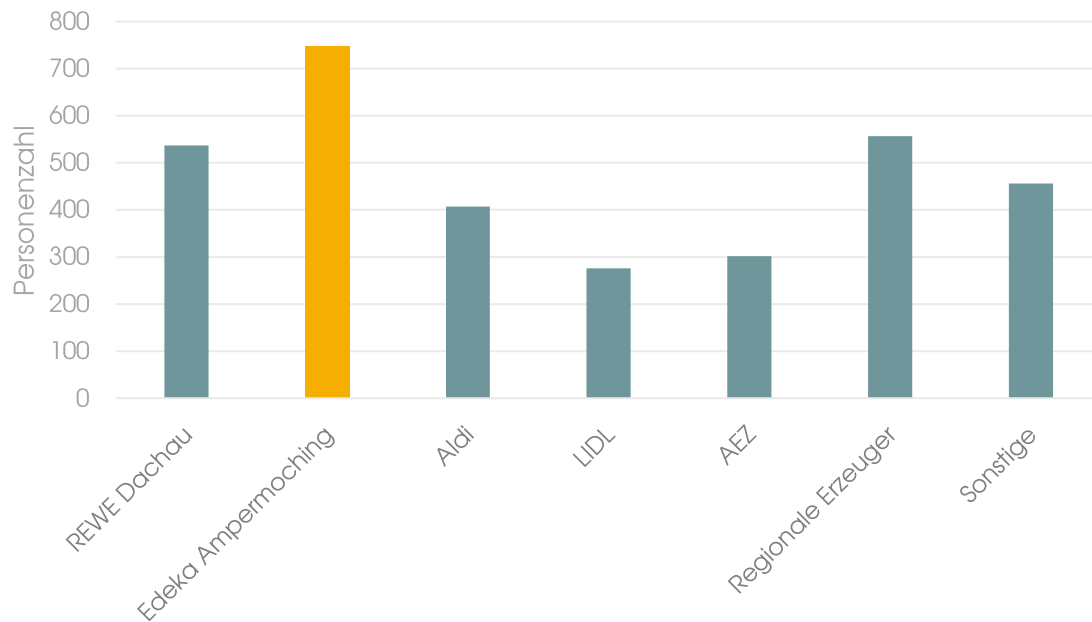
## Uhrzeiten des alltäglichen Einkaufs



# 00 | APPENDIX | EINKAUFsverhalten BÜRGER\*INNEN



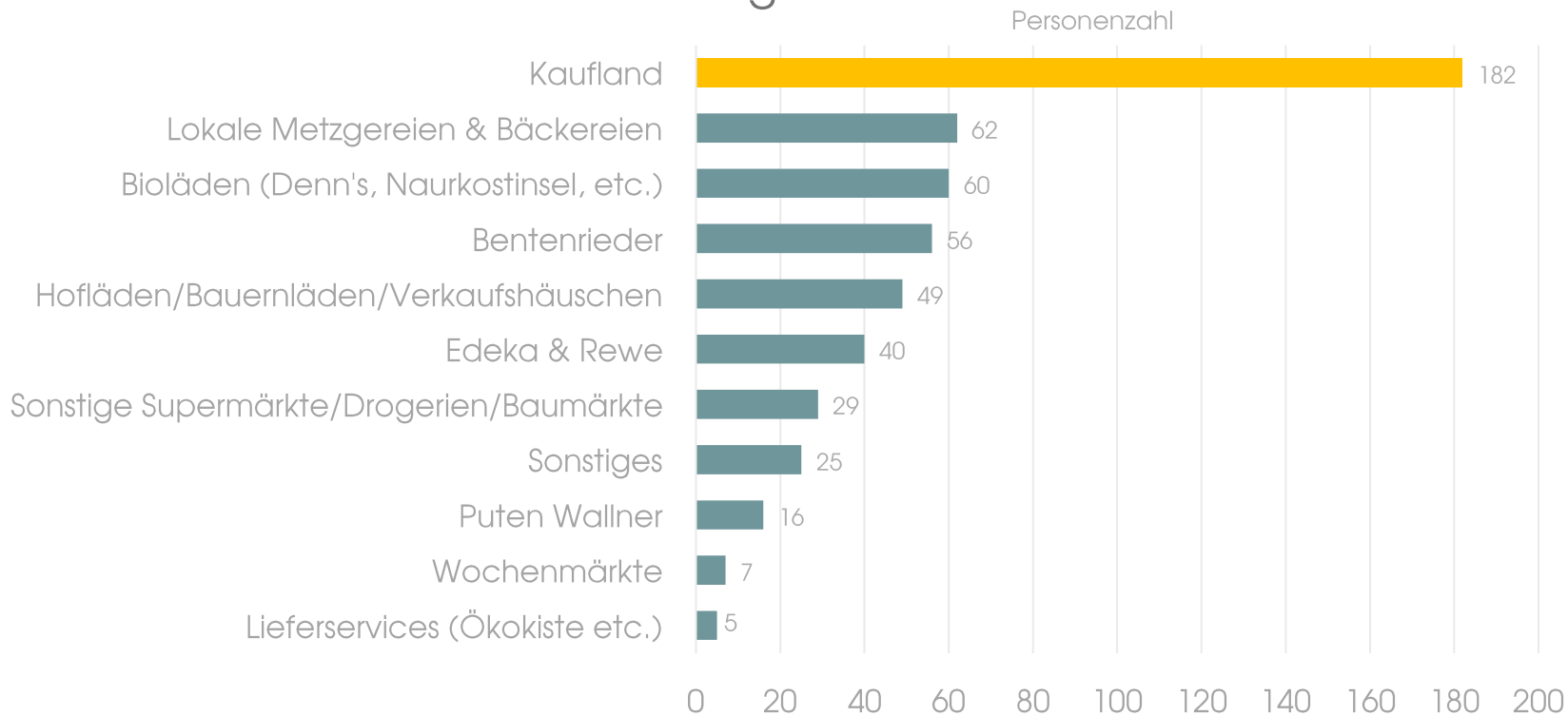
## Häufig genutzte Läden



# 00 | APPENDIX | EINKAUFsverhalten BÜRGER\*INNEN

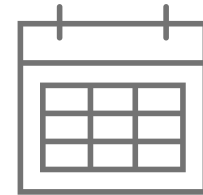
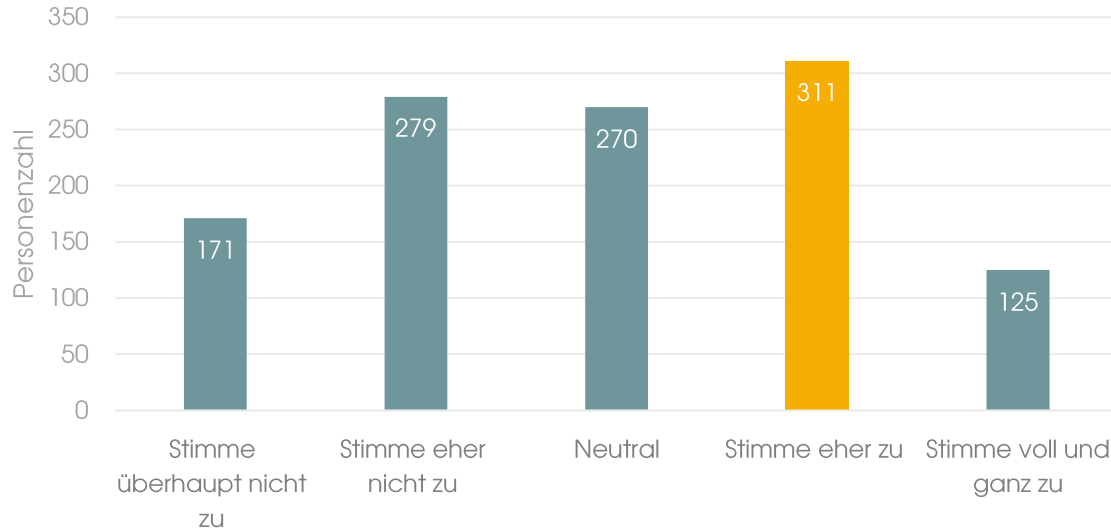


## Sonstige Läden



# 00 | APPENDIX | EINKAUFsverhalten BÜRGER\*INNEN

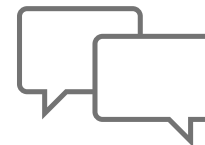
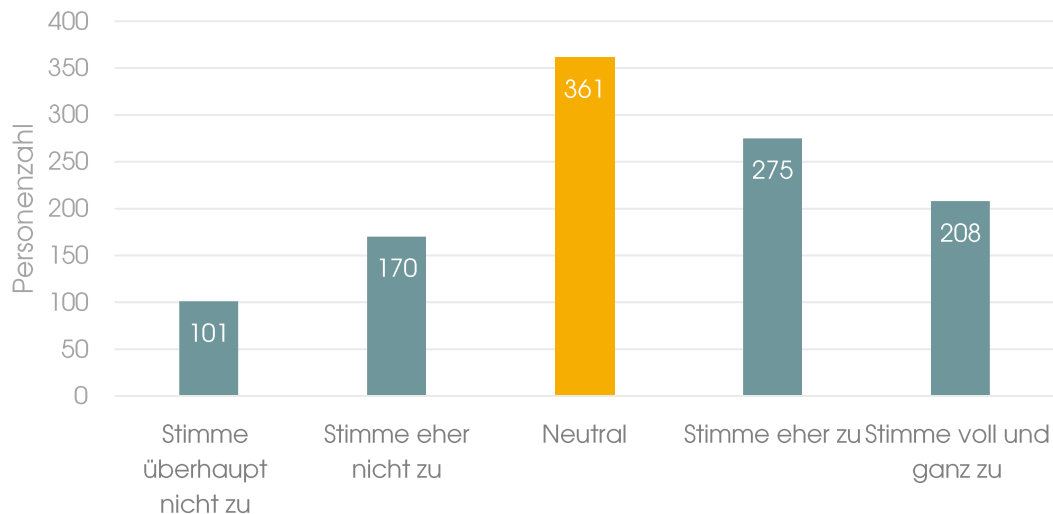
Wenn der Regionalladen nur stundenweise geöffnet ist, richte ich mein Einkaufsverhalten gerne nach diesen Zeiten.



# 00 | APPENDIX | EINKAUFsverhalten BÜRGER\*INNEN



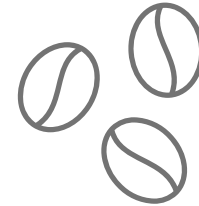
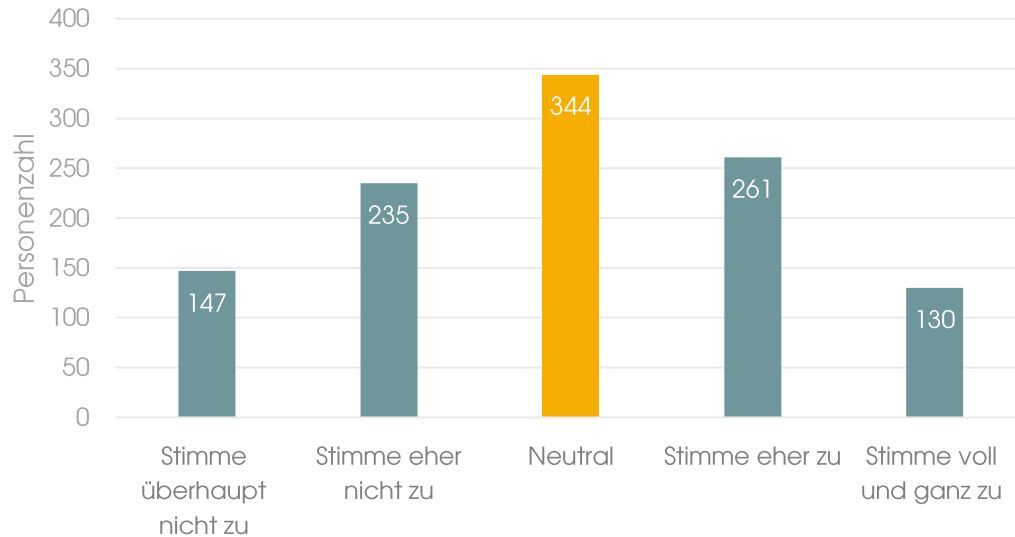
Ich sehe mich nach einem Ort in Hebertshausen, an dem ich mich mit anderen treffen und austauschen kann.



# 00 | APPENDIX | EINKAUFsverhalten BÜRGER\*INNEN



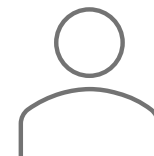
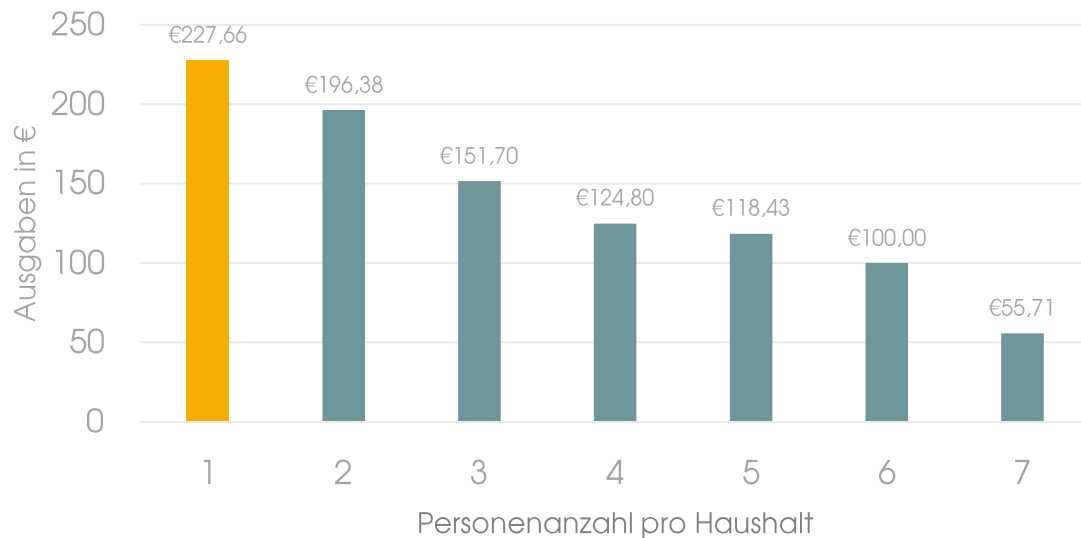
Ein Café, das in den Regionalläden integriert ist, würde ich nutzen.



# 00 | APPENDIX | EINKAUFsverhalten BÜRGER\*INNEN



## Durchschnittliche Haushaltsausgaben pro Kopf



Ø: 169,55 €